

# Mögliche Interventionen entlang der 4 Determinanten des AkKo-Modells

## Akteur

## Kontext

<b>I</b> Können: Fähigkeiten	Sollen: Formale Mechanismen <b>III</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Identifikation von Entwicklungspotenzialen</li><li>▪ Wissensvermittlung z.B. durch Leitfäden, eLearnings, Apps</li><li>▪ Fähigkeitsaufbau durch Trainings und Entwicklungsprogrammen nach Erwachsenenlernprinzipien</li><li>▪ Coachings und Mentoring</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Verbesserung Performance Management und Anpassung Ziele</li><li>▪ Schaffung von Transparenz, z.B. über Rolloutstatus, Stimmung</li><li>▪ Anpassungen in Aufbau- oder Ablauforganisation</li><li>▪ Einführung struktureller Anstupser („Nudging“)</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aufbereitung einer Change Story zur Ansprache der Ratio und Emotion</li><li>▪ Inspiration durch persönliche Interaktion in Workshops, Wettbewerben, Großgruppenveranstaltungen</li><li>▪ Verankerung der Botschaften in weiteren elektronischen oder Print-Kanälen</li><li>▪ Nutzung viraler Kommunikation, z.B. Videos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Einforderung Vorbildverhalten der Top-Führungskräfte</li><li>▪ Symbolische Verhaltensweisen des Top-Teams</li><li>▪ Schaffung von Möglichkeiten das neue Verhalten öffentlich sichtbar zu zeigen</li><li>▪ Aufbau eines Change-Agent Netzwerkes</li></ul>
<b>II</b> Wollen: Überzeugung	Dürfen: Vorbilder <b>IV</b>

# Praxisbeispiel Interventionen im AkKo-Modell

Stakeholdergruppe: Vertriebsleiter der GrundSolid AG aller Niederlassungen (NL).

Thema: Service und Kundenorientierung

<b>I</b> Können: Fähigkeiten	Sollen: Formale Mechanismen <b>III</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Monatlicher „Hast Du’s gewusst-Blog“ von Vertriebsleitern für Vertriebsleiter (über Standorte hinweg) mit Tipps &amp; Tricks</li><li>▪ Eintagesschulung „Beratungsskills“ für alle Vertriebler zu aktivem Zuhören und Fragetechniken</li><li>▪ Reminder-App mit den wichtigsten Techniken und Leitfäden zur Service-Mentalität</li><li>▪ Freiwilliges Coaching durch Change-Coaches</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Anpassung Vertriebsziele: Bonus hängt auch davon ab wie sich andere NL in Region entwickeln</li><li>▪ Etablierung monatlicher Leistungsdialoge für Durchsprache der wichtigsten Kennzahlen</li><li>▪ Streichung Mitarbeiterkosten aus NL-Budget, die zur Akquise von Serviceprojekten arbeiten</li><li>▪ Anstupser: Vertragsumgestaltung: Service ist Teil des Standards, Kunde muss aktiv ausoptieren</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Erstellung Change Story durch die GF (wurde zusätzlich mit Cartoons illustriert)</li><li>▪ Kommunikation der Change Story durch Intranetkolumne und Workshopkaskade</li><li>▪ Erstellung virales Video mit VL, der scheinbar heimlich bei Service-Akquise gefilmt wurde</li><li>▪ Wettbewerb zwischen den NL, um besten Tipp für „Hast Du’s gewusst-Blog“ zu belohnen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Niederlassungsleiter müssen selber Serviceprojekte mit akquirieren (mind. 2 pro Jahr)</li><li>▪ 360-Grad Feedback für die Niederlassungsleiter mit Fokus auf Beraterfähigkeiten</li><li>▪ 3 Tage Dienstleistungen (jeder Vertriebsleiter muss sich 3 ganze Tage/Jahr zum Thema Dienstleistungen weiterbilden)</li><li>▪ Eine Gruppe von 4 erfahrenen Vertriebsleitern werden Change-Coaches und bilden eine Task-Force</li></ul>
<b>II</b> Wollen: Überzeugung	Dürfen: Vorbilder <b>IV</b>